

УДК 657.1:338.4

**Баланюк Іван Федорович**

*доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри обліку і оподаткування,  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

**Balaniuk Ivan**

*Doctor of Economics, Professor,  
Head of the Department of Accounting and Taxation  
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University  
ORCID: 0000-0002-8320-6383*

**Кузьмін Тетяна Леонідівна**

*PhD, асистент кафедри обліку і оподаткування  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

**Kuzmin Tetiana**

*PhD, Assistant of the Department of Accounting and Taxation  
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University  
ORCID: 0000-0003-4601-1226*

**Смушак Михайло Володимирович**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри обліку і оподаткування  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

**Smushak Mykhailo**

*PhD, Docent of the Department of Accounting and Taxation  
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University  
ORCID: 0009-0000-2074-9607*

**Вовчук Владислав Іванович**

*здобувач ОР «бакалавр»  
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника*

**Vovchuk Vladyslav**

*Bachelor's Degree Candidate of the  
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University  
ORCID: 0009-0006-7812-4179*

**Кобілянський Віталій Володимирович**

*здобувач ОР «бакалавр»  
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника*

**Kobiliansky Vitaliy**

*Bachelor's Degree Candidate of the  
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University  
ORCID: 0009-0004-3771-1567*

DOI: 10.25313/2520-2294-2024-2-9665

**ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ, МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ  
МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ЕКОНОМІЧНОГО КОНТРОЛЮ**

**ACCOUNTING-ANALYTICAL, MATERIAL-TECHNICAL SUPPORT  
OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE MANAGEMENT  
SYSTEM OF MARKETING RESEARCH AND CONTROL**

**Анотація.** В статті розглянуто та обґрунтовано систему обліково-аналітичного забезпечення та систему матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств. Зазначено, що обліково-аналітичне забезпечення слід розглядати як систему обліку, аналізу та контролю, які в сукупності, через інформаційні потоки, забезпечують ефективне управління підприємствами в умовах конкурентного середовища. Визначено основні складові обліково-аналітичного забезпечення, а саме: облікову та аналітичну. Доведено, що облікова складова відіграє ключову роль у системі обліку діяльності сільськогосподарських підприємств. Дана складова включає в себе процеси збору, систематизації та реєстрації фінансової інформації, пов'язаної з усіма аспектами господарської діяльності. Зазначено, що аналітична складова дозволяє виявляти внутрішні резерви та прогнозувати перспективи розвитку підприємств.

Визначено, що обліково-аналітичне забезпечення включає в себе облік та аналіз матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств. Звідси, матеріально-технічне забезпечення – це система організаційних та управлінських заходів, спрямованих на забезпечення підприємств необхідними матеріальними та технічними ресурсами для ефективного виробництва, обслуговування потреб споживачів, і забезпечення функціонування всіх виробничих процесів.

Зазначено, що маркетингові дослідження займають особливе місце в сучасній концепції маркетингу та головною їхньою метою полягає в тому, щоб збирати, аналізувати та інтерпретувати інформацію для прийняття маркетингових рішень, таких як вибір ринку, виду діяльності, товарного асортименту і послуг. Виокремлено основні етапи проведення маркетингового дослідження господарської діяльності сільськогосподарських підприємств. Визначено, що система економічного контролю підприємств становить комплексну структуру, що включає в себе організаційні, методичні та інформаційні елементи, спрямовану на забезпечення ефективності та стійкості функціонування підприємства.

**Ключові слова:** обліково-аналітичне забезпечення, матеріально-технічне забезпечення, сільськогосподарські підприємства, система управління, маркетингові дослідження, економічний контроль.

**Summary.** The article examines and justifies the system of accounting-analytical and material-technical support of support of agricultural enterprises. It has been emphasized that the accounting and analytical support should be considered as a system of accounting, analysis and control, which together, through information flows, ensure effective management of enterprises in a competitive environment. The main components of accounting-analytical are support identified, namely: accounting and analytical. It has been proven that the accounting component of accounting-analytical support plays a key role in the accounting system of agricultural enterprises. This component includes processes of collecting, systematizing, and registering financial information related to all aspects of economic activity. It is noted that the analytical component allows identifying internal reserves and forecasting the development prospects of the enterprise.

Furthermore, it is stated that accounting-analytical support includes accounting and analysis of material-technical support for agricultural enterprises. Thus, material-technical provision is a system of organizational and managerial measures aimed at providing the enterprise with necessary material and technical resources for efficient production, servicing consumer needs, and ensuring the functioning of all production processes.

The article also highlights that marketing research occupies a special place in the modern marketing concept, and its main purpose is to collect, analyze, and interpret information for making marketing decisions, such as market selection, types of activities, product assortment, and services. The key stages of conducting marketing research for the economic activities of agricultural enterprises have been outlined. It was determined that the control system of the enterprise is a complex structure that includes organizational, methodical and informational elements aimed at ensuring the efficiency and stability of the enterprise's functioning.

**Key words:** accounting-analytical support, material-technical support, agricultural enterprises, management system, marketing research, control system.

**Постановка проблеми.** В умовах сучасного розвитку економіки, де конкуренція на ринку стає все більш напруженою, розвиток сільськогосподарських підприємств вимагає комплексного підходу та впровадження новаторських стратегій. Однією із ключових складових успішного функціонування аграрних підприємств є система обліково-аналітичного та матеріально-технічного забезпечення. Ця система є не лише інструментом внутрішнього контролю та управління ресурсами, але й важливим елементом впровадження маркетингових стратегій.

Маркетинг та система економічного контролю, як невід'ємні складові успішної діяльності підприємств, вимагає системного підходу до дослідження ринкових умов, оцінки внутрішнього середовища

підприємств та аналізу конкурентоспроможності. В даному контексті обліково-аналітичне забезпечення дає можливість систематизувати та аналізувати діяльність підприємств, а матеріально-технічне забезпечення забезпечує ресурси для реалізації маркетингових стратегій та ініціатив. У даному контексті досліджено роль та вплив обліково-аналітичного та матеріально-технічного забезпечення на реалізацію маркетингових стратегій та системи контролю в контексті сільськогосподарських підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вчені присвячують свої наукові праці для дослідженню методології обліково-аналітичного матеріального-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств. А. Г. Загородній вважає, що система

обліково-аналітичного забезпечення підприємств представляє собою структурований підхід до організації різних видів обліку і аналізу, і її основною метою є надання керівникам підприємств необхідної інформації для прийняття оперативних і стратегічних управлінських рішень та здійснення контролю за їх функціонуванням [1, с. 31]. Л. О. Волощук наголошує, що обліково-аналітичне забезпечення представляє собою високо структурований механізм, що поєднує в собі процеси обліку та економічного аналізу з метою створення комплексного інструментарію, спрямованого на формування об'єктивної інформації відповідно до потреб користувачів та стратегічних напрямів розвитку відповідної галузі [2, с. 330].

Л. В. Прокопець, досліджуючи у своїх працях матеріально-технічне забезпечення стверджує, що це є сукупність суспільних відносин, які регулюються нормативними актами або угодами, спрямованими на забезпечення матеріально-технічними ресурсами, необхідними для своєчасного і безперервного проведення циклу сільськогосподарських робіт, включаючи виробництво, переробку та реалізацію продукції [3, с. 65]. В. В. Биба зазначає, що економічна суть матеріально-технічних ресурсів полягає в тому, що як оборотні фонди підприємства, вони повністю передають свою вартість на новостворену продукцію сільського господарства. Вартість цих ресурсів увійшовши в загальні витрати на виробництво продукції, є ключовим елементом визначення ефективності виробничих процесів та рентабельності сільськогосподарської діяльності [4, с. 72].

На важливості економічного контролю у своїй працях наголошували О. І. Жук, П. Є. Матковський, Д. І. Шеленко [5, с. 204], І. Ф. Баланюк, Д. І. Шеленко, Н. С. Ліба, Х. М. Приймак [6, с. 344]. Вони розглядали поведінку споживачів під час просування товару суб'єктом господарювання у взаємозв'язку із економічним контролем ведення підприємницької діяльності з метою поліпшення діяльності підприємств для досягнення маркетингових цілей.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є дослідження взаємозв'язку обліково-аналітичного та матеріального-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств у системі маркетингових досліджень та економічного контролю.

**Виклад основного матеріалу.** В сучасних умовах сьогодення перед кожним сільськогосподарським підприємством стоїть мета — досягти зростання прибутковості і сприяти розвитку ефективної стратегічної діяльності. Саме тому важливими є формування обліково-аналітичного та матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств за допомогою розроблення маркетингової стратегії підприємства, ключові напрями якої

мають задовольняти вимоги споживачів, забезпечувати ефективну діяльність, максимальні прибутки, високий рівень конкурентоспроможності та сприяти подальшому його інноваційному розвитку [7, с. 75]. Піднесення сільськогосподарської діяльності за допомогою маркетингових досліджень передбачає попередній аналіз ринку, конкурентів, аудиторії, потреб та попиту на товари чи послуги. Основним завданням виступає вивчення ринку та формування стратегії продажу, що забезпечує попит на товари чи послуги та дозволяє займати своє місце на ринку. Обліково-аналітичне та матеріально-технічне забезпечення сільськогосподарських підприємств становить основу для провадження господарської діяльності [8, с. 30].

Систему обліково-аналітичного забезпечення слід розглядати як комплекс систем обліку, аналізу та аудиту, що взаємодіють через інформаційні потоки під час формування та передачі оперативної та якісної обліково-аналітичної інформації [9, с. 80]. Головна мета цієї системи полягає в забезпеченні обґрунтованості та ефективності у процесі управління підприємством, а також взаємодії зовнішніх користувачів. Основою в системі обліково-аналітичного забезпечення є облікова та аналітична підсистема, оскільки саме вони відповідають за постійне формування, накопичення, класифікацію і узагальнення необхідної інформації та її аналіз. Цей процес здійснюється відповідно до розробленої методології та технології обліку, яка застосовується на підприємстві.

Обліково-аналітичне забезпечення включає в себе облік та аналіз матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств, які спрямовані на систематичне реєстрування та вивчення різних аспектів цього забезпечення, щоб здійснити ефективний контроль, планування і управління ресурсами підприємства. Звідси, матеріально-технічне забезпечення — це система організаційних та управлінських заходів, спрямованих на забезпечення підприємства необхідними матеріальними та технічними ресурсами для ефективного виробництва, обслуговування потреб споживачів, і забезпечення функціонування всіх виробничих процесів. Схема обліково-аналітичної системи матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств наведена на рис. 1.

Обліково-аналітичне та матеріально-технічне забезпечення є невід'ємною частиною ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств. Ці аспекти відіграють важливу роль у веденні обліку, аналізі та забезпеченні необхідними ресурсами для оптимальної роботи підприємств [10, с. 9]. Фінансові результати впливають на господарську діяльність сільськогосподарських підприємств [11, с. 182].

Позитивний фінансовий результат слугує джерелом розвитку та дозволяє збільшити ефектив-

ність господарської діяльності і забезпечує стійке функціонування підприємства в умовах економічної конкуренції. Обліково-аналітичне забезпечення включає в себе системи обліку та аналізу фінансово-господарської діяльності. Завдяки ним здійснюється моніторинг фінансового стану підприємства, а також прийняття управлінських рішень на основі точної інформації. Ефективне ведення обліку допомагає підприємствам уникати фінансових труднощів та покращує їхню фінансову стійкість.

Облікова складова обліково-аналітичного забезпечення відіграє ключову роль у системі обліку діяльності сільськогосподарських підприємств. Ця складова включає в себе процеси збору, систематизації та реєстрації фінансової інформації, пов'язаної з усіма аспектами господарської діяльності. Система управління отримує інформацію від аналітичної складової, яка, через використання системи аналітичних розрахунків, дозволяє виявляти внутрішні резерви та прогнозувати перспективи розвитку підприємств. Повноцінна функціональ-

ність обліково-аналітичної системи неможлива без відповідного економічного контролю.

Матеріально-технічне забезпечення включає в себе усі необхідні матеріальні ресурси та технічні засоби, необхідні для виробництва сільськогосподарської продукції. Це може включати в себе забезпечення машинами, інструментами, ресурсами для обробки ґрунту, насінням, добривами та іншими необхідними компонентами. Загалом, обліково-аналітичне та матеріально-технічне забезпечення сприяють оптимізації управління та підвищенню ефективності сільськогосподарських підприємств, що є важливим елементом їх сталого розвитку.

Для того, щоб підприємство розвивалося у зовнішньому середовищі необхідно проводити маркетингові дослідження, які дозволяють збирати та аналізувати інформацію про споживчі уподобання, потреби, тенденції ринку та конкурентні переваги. Ці дослідження сприяють уточненню стратегій розвитку, адаптації продукції до змін у попиті та ефективному позиціонуванню на ринку, що є важливим для забезпечення



Рис. 1. Схема обліково-аналітичної системи матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств  
 Джерело: самостійна розробка авторів

конкурентоспроможності та успішного функціонування сільськогосподарських підприємств в динамічному бізнес-середовищі.

Маркетингові дослідження займають особливе місце в сучасній концепції маркетингу. Головна їх мета — збирати, аналізувати та інтерпретувати інформацію для прийняття маркетингових рішень, таких як вибір ринку, виду діяльності, товарного асортименту і послуг [12, с. 49]. Головне завдання маркетингових досліджень — ефективно задовольняти потреби споживачів і отримувати прибуток. Ці дослідження встановлюють зв'язок між споживачем, громадськістю, виробником та продавцем за допомогою інформації, яка використовується для виявлення проблем та можливостей, зниження ризику, планування та оцінки маркетингових заходів, моніторингу за діяльністю підприємств у ринковому середовищі. У сфері розвитку структур малого та середнього бізнесу в агропромисловому секторі найбільш сприятливою є змішана форма проведення маркетингових досліджень, коли підприємство використовує власні ресурси та залучає зовнішніх виконавців. Цей

підхід має кілька переваг, таких як зниження витрат на дослідження, скорочення часу проведення, забезпечення якості роботи та отримання лише необхідної інформації.

У процесі маркетингових досліджень аналізують два типи зовнішнього середовища та їхні чинники: макромаркетингове середовище — політичні, правові, економічні, соціальні та демографічні, технологічні, міжнародні аспекти; мікромаркетингове середовище — ринки, конкуренти, споживачі, постачальники, діяльність урядових установ. Ці дві частини взаємодіють і мають вплив на стратегію та прийняття управлінських рішень підприємства. Процес проведення маркетингових досліджень поділяється на кілька етапів (рис. 2):

1. Формування задуму дослідження. На цьому етапі визначається основна ідея або концепція майбутнього маркетингового дослідження. Задум визначає область дослідження, його актуальність і необхідність для бізнесу чи організації.

2. Визначення проблеми. На даному етапі чітко формулюється проблема чи питання, на яке спрямоване дослідження. Визначення проблеми

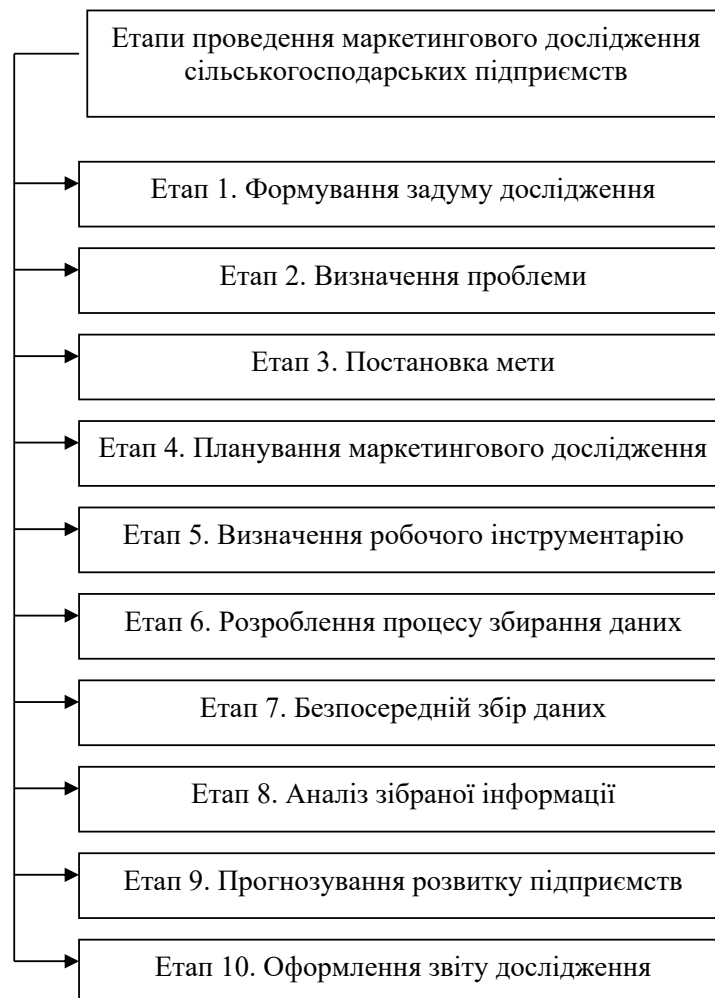


Рис. 2. Основні етапи проведення маркетингового дослідження сільськогосподарських підприємств

Джерело: самостійна розробка авторів

допомагає конкретизувати напрямок дослідження і визначити, яку інформацію слід зібрати.

3. Постановка мети. Задається конкретна мета, яку дослідження має досягнути. Мета повинна бути вимірюваною, реалістичною і зорієнтованою на вирішення визначеної проблеми.

4. Планування маркетингового дослідження. Розробляється детальний план дослідження, включаючи визначення методології, обрання інструментів дослідження та розподіл завдань між учасниками команди.

5. Визначення робочого інструментарію. Обираються інструменти та методи, які будуть використовуватися під час дослідження, такі як опитування, фокус-групи, аналіз статистичних даних тощо.

6. Розроблення процесу збирання даних. На цьому етапі визначається точний процес збору даних, включаючи вибір вибіркової групи, визначення періоду збору інформації, та розроблення плану взаємодії з респондентами.

7. Безпосередній збір даних. Спочатку потрібно ретельно розробляється план дослідження, в якому визначаються цілі, об'єкти дослідження, методи збору даних, а також визначається обсяг ресурсів і терміни виконання. Після цього вибирається методи збору даних, що включають анкетування, спостереження, інтерв'ю, фокус-групи та інші.

8. Аналіз зібраної інформації. На початку цього етапу проводиться очищення даних. Тобто перегляд існуючих даних на наявність помилок, неточностей або дублікатів. Наприклад, якщо в анкеті виявлено неправильно введені відповіді або пропущені поля, ці помилки потрібно виправити. Після цього проводиться структурування даних, щоб вони стали більш організованими та легше зрозумілими для подальшого аналізу. Крім того, на цьому етапі можна використовувати різні методи аналізу даних, такі як статистичні методи, SWOT-аналіз, порівняльний аналіз тощо.

9. Прогнозування розвитку підприємств. Під час цього етапу здійснюється прогноз тенденцій та визначаються можливі шляхи розвитку сільськогосподарських підприємств на основі зібраної інформації. Тут використовуються різні методи прогнозування, такі як аналіз трендів, екстраполяція даних, сценарний аналіз та інші. Після отримання прогнозів складається стратегія розвитку для сільськогосподарських підприємств, яка включає впровадження нових технологій, розширення ринків збуту, покращення продуктивності та інші заходи.

10. Оформлення звіту про дослідження. Завершальний етап, на якому готується і оформлюється звіт, який містить основні висновки, рекомендації та графічні зображення для подання результатів. Цей звіт може використовуватися для прийняття управлінських рішень чи публічного представлення результатів дослідження.

Кожен етап процесу маркетингових досліджень потребує постановки питань та отримання на них повноцінної, правдивої та своєчасної відповіді. Для проведення відповідного маркетингового дослідження потрібна певна методика. Існує загальна методика проведення маркетингових досліджень, але конкретної для кожного типу ринку, товару, конкурентів, споживачів чи процесу збуту продукції не існує [13, с. 51]. Маркетинг має справу з поведінкою людей, тому загальні правила є вимогою ефективного маркетингу. Маркетингові дослідження слід розглядати насамперед як діагностику, а не розроблення відповідної теорії.

Маркетингове дослідження внутрішнього середовища ґрунтується на системі обліку руху матеріальних і фінансових засобів та вивчає внутрішній стан підприємств і підприємців, зокрема: загальні положення, маркетинг, виробництво, фінансовий стан, кадрове забезпечення [14, с. 164], управлінський персонал, збут, наявний потенціал.

Залежно від потреби та етапів проведення дослідження виділяють три типи маркетингових досліджень:

- описово-аналітичний підхід використовується для аналізу впливу мікро- і макромаркетингового середовища та інших проблем;
- дослідницький підхід застосовується, коли недостатньо попередніх даних, відсутня гіпотеза та є потреба усвідомити сутність проблеми та визначити можливі напрямки її вирішення;
- причинно-наслідковий підхід допомагає вивчити кількісний вплив однієї змінної на іншу.

Крім цього ще існує визначення того, хто саме виконуватиме маркетингові дослідження, урахувують такі чинники: вартість дослідження; наявність досвіду та відповідної кваліфікації персоналу; знання технічних особливостей продукту; наявність спеціального обладнання; можливість збереження комерційної таємниці; швидкість виконання.

Для забезпечення потреб системи управління підприємством необхідно організувати систему економічного контролю, яка враховує як види діяльності підприємств, так і центри відповідальності, а також місця виникнення витрат. Система управління підприємством включає принципи та механізми прийняття рішень, формування потоку інформації, планування, системи економічного контролю та фінансового стимулювання.

Формування ефективної системи контролю діяльності підприємств є ключовим етапом в забезпеченні його стійкого функціонування та досягненні стратегічних цілей. Воно передбачає також визначення структури внутрішнього контролю, встановлення стандартів і процедур, а також впровадження системи звітності для вчасного виявлення та вирішення можливих відхилень у господарській діяльності.

Система економічного контролю підприємств становить комплексну структуру, що включає в себе організаційні, методичні та інформаційні елементи, спрямовану на забезпечення ефективності та стійкості функціонування підприємств. Основні завдання системи контролю включають в себе моніторинг та оцінку виконання стратегічних та операційних цілей, виявлення та управління ризиками, а також забезпечення дотримання нормативів та стандартів.

Ця система включає в себе різноманітні підсистеми, такі як внутрішній аудит, виробничий контроль, фінансовий контроль та інші, які спільно впливають на забезпечення ефективного управління та досягнення стратегічних цілей підприємств. Важливими характеристиками системи контролю є гнучкість, адаптивність та здатність до вчасної реакції на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

Наявність децентралізованих відділів контролю, спрямованих на конкретні аспекти діяльності, сприяє ефективному моніторингу та управлінню ризиками в різних сферах підприємств. Крім того, ця система дозволяє швидко реагувати на зміни в економічному середовищі та внутрішніх процесах, забезпечуючи гнучкість та адаптивність управлінського підходу. Завдяки інтеграції інформації та використанню передових технологій обробки даних, ефективна система економічного контролю сприяє покращенню прийняття рішень на основі об'єктивних даних, що в свою чергу сприяє стабільності та успішності підприємств, зміцненні їх потенціалу [15, с. 13] в динамічному бізнес-середовищі.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Таким чином, обліково-аналітичне та матеріально-технічне забезпечення відіграє ключову роль у господарській діяльності сільськогосподарських підприємств і визначає його економічний

потенціал. Обліково-аналітична складова дозволяє систематизувати та аналізувати фінансові та економічні показники, що є важливим для прийняття управлінських рішень. В той же час, матеріально-технічне забезпечення включає в себе усі ресурси, необхідні для виробництва, такі як сировина, обладнання, праця та інші матеріальні активи.

Взаємодія цих двох аспектів створює надійну основу для ефективного ведення господарської діяльності. Обліково-аналітичне забезпечення надає засоби для контролю, аналізу та планування фінансових процесів, дозволяючи вчасно виявляти ризики та використовувати внутрішні резерви. У той же час, матеріально-технічне забезпечення забезпечує належні умови для виробництва, забезпечуючи необхідні ресурси та інфраструктуру для оптимального функціонування підприємств.

Маркетингові дослідження допомагають розробляти більш ефективні та інноваційні стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств. Через дослідження ринку, аналіз конкурентів та вивчення поведінки споживачів можна зрозуміти, які маркетингові інструменти та стратегії є найефективнішими для досягнення бізнес-цілей.

Щодо системи економічного контролю, то вона включає в себе різноманітні підсистеми, такі як внутрішній аудит, виробничий контроль, фінансовий контроль та інші, які спільно впливають на забезпечення ефективного управління та досягнення стратегічних цілей підприємств. Економічний контроль є важливим інструментом для забезпечення стабільності та ефективності економічного розвитку підприємств. Він включає в себе низку методів, таких як фінансовий контроль, податковий нагляд, аудит, ревізії, аналіз економічних показників, регулювання виробництва і споживання, які в сукупності впливають на забезпечення ефективного управління підприємствами у конкурентному середовищі.

### Література

1. Загородній А. Г. Оцінювання ефективності системи обліково-аналітичного забезпечення менеджменту підприємства. *Стан і перспективи розвитку обліково-інформаційної системи в Україні: матеріали міжнародної науково-практичної конференції* (Тернопіль, 23–24 квітня 2010 р.). Т.: Крок, 2010. С. 31–32.
2. Волощук Л. О. Обліково-аналітичне забезпечення управління інноваційним розвитком підприємства. *Праці Одеського політехнічного університету*. 2011. Вип. 2 (36). С. 329–334.
3. Прокопець Л. В. Сучасний стан матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств України. *Агроевіт*. 2014. № 6. С. 63–67.
4. Биба В. В. Матеріально-технічне забезпечення сільськогосподарських підприємств України. *Економіка і регіон*. 2017. № 5 (66). С. 69–74.
5. Жук О. І., Матковський П. Є., Шеленко Д. І. Завдання та функції внутрішньогосподарського контролю на підприємствах. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: наук. збірник* / [за ред. І. Г. Ткачук]. Івано-Франківськ: Вид-во Прикарпат. нац. універ. ім. В. Стефаника, 2012. Вип. 8, Т. 2. С. 202–207.
6. Баланюк І. Ф., Шеленко Д. І., Ліба Н. С., Приймак Х. М. Наукові дослідження поведінки споживачів при просуванні товару за маркетинговим проектом та економічний контроль за управлінням бізнесу. *Наукові інновації та передові технології*. Серія «Економіка». 2023. Вип. 11(25). С. 343–353. doi: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-11\(25\)-343-353](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-11(25)-343-353).

7. Шпикуляк О.Г., Мазур Г.Ф. Інноваційна діяльність у механізмі стимулювання агропромислового. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2014. № 4 (28). С. 73–77.
8. Balaniuk I., Shelenko D., Shpykuliak O., Sas L., Cherneviy Y., Diuk A. Determinants of performance indicators of agricultural enterprises. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2023. Vol. 45, No. 1. P. 29–41. doi: <https://doi.org/10.15544/mts.2023.04>.
9. Сас Л., Баланюк І., Шеленко Д., Василюк М., Матковський П., Гнатишин Л. Міжнародні стандарти фінансової звітності в обліковій системі України. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2023. 1(48). P. 78–90. doi: <https://doi.org/10.55643/fcactp.1.48.2023.3952>.
10. Баланюк І.Ф., Іванюк Т.Л. Застосування цифрових технологій в консалтингу з обліку і оподаткування. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Вип. 18(2). С. 8–15.
11. Баланюк І.Ф., Шеленко Д.І., Іванюк Т.Л., Жовнір І.В., Банашкевич Т.П. Формування обліку фінансових результатів у підприємствах. *Вісник Прикарпатського університету. Економіка*. 2019. Вип. XIV. С. 179–186.
12. Миценко І.М., Решитько Т.В. Маркетингові дослідження національного та світового ринків. *Проблеми економіки та управління у торгівлі та промисловості*. 2021. С. 45–54.
13. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Кулішенко Є.М. Адаптація маркетингової стратегії підприємств сільськогосподарського машинобудування до умов внутрішнього і міжнародного ринків. *Проблеми економіки та управління у торгівлі та промисловості*. 2021. № 5 (24). С. 45–53.
14. Шпикуляк О.Г. Кадровий потенціал та його формування в аграрних підприємствах. *Економіка АПК*. 2004. № 1. С. 155–159.
15. Шеленко Д.І., Шпикуляк О.Г., Баланюк І.Ф. Оцінювання результативності використання економічного потенціалу сільських територій регіону: аспекти сталого розвитку. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. Вип. 8(08) 2023. С. 12–16. doi: <https://doi.org/10.32782/dees.8-3>.

#### References

1. Zahorodnii, A.H. (2010). Otsiniuvannia efektyvnosti systemy oblikovo-analitychnoho zabezpechennia menedzhmentu pidpriemstva [Assessment of the effectiveness of the accounting-analytical support system for enterprise management]. *Stan i perspektyvy rozvytku oblikovo-informatsiinoi systemy v Ukraini: materialy mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii*, 31–32 [in Ukrainian].
2. Voloshchuk, L.O. (2011). Oblikovo-analitychne zabezpechennia upravlinnia innovatsiinym rozvytkom pidpriemstva [Accounting and Analytical Support for Managing Innovative Development of the Enterprise]. *Pratsi Odeskoho politekhnichnoho universytetu*, 2 (36), 329–334 [in Ukrainian].
3. Prokopets, L.V. (2014). Suchasnyi stan materialno-tekhnichnoho zabezpechennia silskohospodarskykh pidpriemstv Ukrainy [Current State of Material and Technical Support of Agricultural Enterprises in Ukraine]. *Ahrosvit*, 6, 63–67 [in Ukrainian].
4. Byba, V.V. (2017). Materialno-tekhnicne zabezpechennia silskohospodarskykh pidpriemstv Ukrainy [Material and Technical Support of Agricultural Enterprises in Ukraine]. *Economy and Region*. *Ekonomika i rehion*, 5 (66), 69–74 [in Ukrainian].
5. Zhuk, O.I., Matkovskiy, P.Ie., & Shelenko, D.I. (2012). Zavdannia ta funktsii vnutrishnohospodarskoho kontroliu na pidpriemstvakh [Tasks and functions of internal economic control at enterprises]. *Actual problems of the development of the economy of the region: Science. collection* / [ed. I.H. Tkachuk]. Ivano-Frankivsk: View of Prykarpattia. national Univ. named after V.Stefanyka, 8, 2, 202–207 [in Ukrainian].
6. Balaniuk, I.F., Shelenko, D.I., Liba, N.S., & Pryimak, K.M. (2023). Scientific research of consumer behavior during product promotion under a marketing project and economic control of business management. *Scientific innovations and advanced technologies. Series «Economics»*, 11(25), 343–353. doi: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-11\(25\)-343-353](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-11(25)-343-353) [in Ukrainian].
7. Shpykuliak, O.H., & Mazur, H.F. (2014). Innovatsiina diialnist u mekhanizmi stymuliuvannia ahropromyslovoho [Innovative activity in the mechanism of agro-industrial stimulation]. *Collection of scientific works of Tavriyya State Agro-Technological University (Economic Sciences)*, 4 (28), 73–77 [in Ukrainian].
8. Balaniuk, I., Shelenko, D., Shpykuliak, O., Sas, L., Cherneviy, Y., & Diuk, A. (2023). Determinants of performance indicators of agricultural enterprises. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 45 (1), 29–41. doi: <https://doi.org/10.15544/mts.2023.04>.
9. Sas, L., Balaniuk, I., Shelenko, D., Vasylyuk, M., Matkovskiy, P., & Hnatyshyn, L. (2023). International financial reporting standards (IFRS) in the accounting system of Ukraine. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 1(48), 78–90. doi: <https://doi.org/10.55643/fcactp.1.48.2023.3952>.
10. Balaniuk, I.F., & Ivaniuk, T.L. (2022). Zastosuvannya tsyfrovyykh tekhnolohiy v konsaltingu z obliku i opodatkuvannya [Application of digital technologies in accounting and taxation consulting]. *Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu*, 18(2), 8–15 [in Ukrainian].

11. Balaniuk, I. F., Shelenko, D. I., Ivaniuk, T. L., Zhovnir, I. V., & Banashkevych, T. P. (2019). Formuvannia obliku finansovykh rezultativ u pidpriemstvakh [Formation of accounting of financial results in enterprises]. *Bulletin of the Precarpathian National University. Economy*, XIV, 179–186 [in Ukrainian].
12. Mytsenko, I. M. (2021). Marketynhovi doslidzhennya natsional noho ta svitovoho rynkiv [Marketing research of national and world markets]. *Problemy ekonomiky ta upravlinnia u torhivli ta promyslovosti*, 45–54 [in Ukrainian].
13. Penkova, O. G., Kharenko, A. O., & Kulishenko, E. M. (2021). Adaptatsiya marketynhovoyi stratehiyi pidpriyemstv sil s kohospodars koho mashynobuduvannya do umov vnutrishn oho i mizhnarodnoho rynkiv [Adaptation of the marketing strategy of agricultural engineering enterprises to the conditions of domestic and international markets]. *Problemy ekonomiky ta upravlinnia u torhivli ta promyslovosti*, 5 (24), 45–53 [in Ukrainian].
14. Shpykuliak, O. H. (2004). Kadrovyi potentsial ta yoho formuvannia v ahrarnykh pidpriemstvakh [Personnel potential and its formation in agricultural enterprises]. *Ekonomika APK*, 1, 155–159 [in Ukrainian].
15. Shelenko, D., Shpykuliak, O., & Balaniuk, I. (2023). Assessing the efficiency of using the economic potential of rural territory of the region: aspects of sustainable development. *Digital Economy and Economic Security*, 8(08), 12–16. doi: <https://doi.org/10.32782/dees.8-3> [in Ukrainian].